

## DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1    Sejarah Perusahaan .....	1
1.1.2    Profil Perusahaan .....	2
1.1.3    Struktur Organisasi .....	3
1.2    Latar Belakang Masalah.....	3
1.3    Perumusan Masalah.....	9
1.4    Tujuan Penelitian.....	10
1.5    Kegunaan Penelitian.....	10
1.5.1    Kegunaan teoritis .....	10
1.5.2    Kegunaan Praktisi .....	10
1.6    Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir .....	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1    Rangkuman Teori.....	12
2.1.1    Definisi Pemasaran .....	12
2.1.2    Manajemen Pemasaran .....	12
2.1.3    Bauran Promosi.....	13
2.1.4    Keputusan Pembelian.....	15
2.2    Kerangka Pemikiran.....	21
2.2.1    Model Analisis Matematik.....	22
2.3    Hipotesis Penelitian.....	22

BAB III .....	23
METODE PENELITIAN.....	23
3.1    Jenis Penelitian.....	23
3.2    Variabel Operasional.....	23
3.3    Tahapan Penelitian .....	26
3.4    Populasi dan Sampel .....	27
3.5    Pengumpulan data .....	29
3.6    Uji Validitas dan Reliabilitas .....	30
3.6.1    Uji Validitas .....	30
3.6.2    Uji Reliabilitas .....	31
3.7    Teknik Analisis Data.....	32
3.7.1    Statistik Deskriptif .....	32
3.7.2    Uji Normalitas.....	34
3.7.3    Analisis Regresi Linier Sederhana.....	34
3.7.4    Koefisien Determinasi .....	35
BAB IV .....	36
PEMBAHASAN.....	36
4.1    Hasil Penelitian .....	36
4.1.1    Karakteristik Responden .....	36
a.    Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
b.    Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
c.    Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	37
d.    Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan .....	38
4.2    Pembahasan Validitas dan Realibilitas.....	38
1.    Validitas .....	38
2.    Reliabilitas.....	40
4.3    Persepsi Responden Mengenai Bauran Promosi Yamaha Mio.....	42
a.    Bauran Promosi .....	43
b.    Keputusan Pembelian .....	46
c.    Analisis Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	48
BAB V .....	54
KESIMPULAN DAN SARAN.....	54
5.1    Kesimpulan.....	54
5.2    Saran .....	54

Daftar Pustaka.....	56
Lampiran.....	58